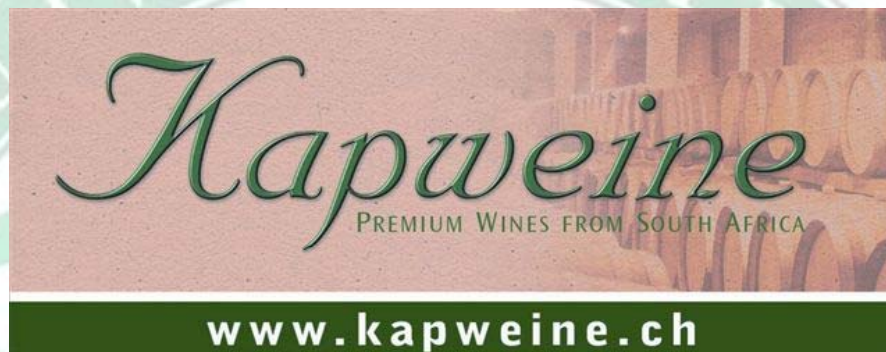


Südafrikas Weine gewinnen gegen den Trend

In den ersten sieben Monaten dieses Jahres 2008 ist der Weinimport nach Deutschland mengenmässig spürbar zurückgegangen. Gleichzeitig hat sich aber der Wert der importierten Weine verbessert.



Nach Angaben des statistischen Bundesamtes in Wiesbaden wurden in dem Zeitraum 860,43 Millionen Liter Wein importiert. Das entspricht einem Minus von 6,25 Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres. Gleichzeitig erhöhte sich der Wert aller importierter Weine um 2,95 Prozent auf 1.196.399 Euro.

Dabei mussten mit vier Ausnahmen alle wichtigen Lieferländer Einbussen hinnehmen, allen voran Australien mit einem Minus von 37,46 Prozent, was einem Desaster gleichkommt. Italien leidet deutlich unter den Folgen der Weinskandale, die das Land in der ersten Jahreshälfte erschütterten und seither nicht zur Ruhe kamen. Dies macht sich mit einem Minus von 10,91 Prozent bemerkbar. Zu den Verlierern gehören auch Mazedonien (- 23,48 %), Chile (- 7,26 %) und die USA (-3,84 %). Die Gewinner sind Spanien (+ 4,62 %) und Portugal (+ 9,03 %), sowie Österreich (+ 7,86 %) und vor allem Südafrika (+ 14,34 %) das als einziges Überseeland sich dem derzeitigen Abwärtstrend für die Weine der Neuen Welt entziehen konnte.

Weinimporte nach Deutschland (Januar bis Juli 2008)

- 01 (01) Italien: 344,28 Mio. l (- 10,91 %)
- 02 (03) Spanien: 154,29 Mio. l (+4,62 %)
- 03 (02) Frankreich: 146,89 Mio. l (-1,46 %)
- 04 (06) Südafrika: 37, 90 Mio. l (+14,34 %)
- 05 (04) Chile: 33,83 Mio. l (-7,26 %)
- 06 (07) USA: 27,80 Mio. l (-3,84 %)
- 07 (05) Mazedonien: 26,83 Mio. l (- 23,48 %)
- 08 (09) Österreich: 22,11 Mio. l (+7,86 %)
- 09 (08) Australien: 17,96 Mio. l (-37,46 %)
- 10 (11) Portugal: 9,27 Mio. l (+9,03 %)



Der Export südafrikanischer Weine nach Deutschland nahm um 14,34 Prozent zu. Mit einer Menge von 37,9 Millionen Litern lag Südafrika im Juli auf Platz vier hinter Italien, Spanien und Frankreich. Hier zählt sich neben einem günstigen Kurs des Rands und der steigenden Qualität der Weine vom Kap vor allem auch die langfristig angelegte PR-Arbeit aus, die seit mehr als zehn Jahren in den Händen der Baden Badener Agentur pm-kommunikation liegt. Eine ähnliche Kontinuität gibt es bei keinem anderen ÜberseeLand. Wie die Agentur-Chefin Petra Mayer in ihrem Weblog schreibt, erwartet sie bis Ende des Jahres die Zahl von 70 Millionen Liter im Export nach Deutschland überschritten wird. Als sie 1996/1997 mit ihrer Arbeit begann waren das gerademal sechs Millionen Liter.

Die kalifornische Weinwirtschaft operiert seit Jahren eher konzeptionslos in Deutschland. Australien hat sein Büro vor kurzem geschlossen und glaubt den kontinentaleuropäischen Markt inklusive Deutschland komplett von England aus bedienen zu können, was mittelfristig zu einem völligen Scheitern in Europa führen wird. Immerhin unterhalten die Australier noch eine rudimentäre, wenn auch schlecht gepflegte deutsche Homepage. Die Kalifornier verzichten darauf vollständig und nennen auf ihrer amerikanischen Homepage nicht mal das deutsche Büro des Wine Institute of California als Kontakt. Wäre da nicht die Seite der Messe Pro Wein würde man das selbst über Google nicht finden. Die registrierte Domain wineinstitute.de wird lediglich für Emails benutzt und nicht zur Mutterseite wineinstitute.org weitergeleitet. Dilettantischer geht's wirklich nicht.

Chile und Argentinien, aber auch Neuseeland überlassen die Arbeit mehr oder minder ganz einzelnen Erzeugern oder Produzentengruppen. Konzepte oder gar Strategien sind auch hier nicht zu erkennen, nur ein Mitschwimmen auf dem seit zehn Jahren in Deutschland erkennbaren Trend zu Überseeweinen, der jetzt tatsächlich gebrochen zu sein scheint. Offenbar machen sich hier doch allmählich die Auswirkungen der Diffamierungskampagnen bemerkbar, die von europäischer Seite und da vor allem auch von der deutschen Weinwirtschaft gegen das Handelsabkommen zwischen der EU und Amerika im vergangenen Jahr betrieben wurden.

